

**SITES DAS EMPRESAS DE ATIVIDADES DE AVENTURA E INCLUSÃO DE IDOSOS: MAPEAMENTO E GESTÃO DA INFORMAÇÃO****Recebido em:** 07/07/2017**Aceito em:** 20/02/2018*Viviane Kawano Dias*<sup>1</sup>Centro Universitário de Jales (UNIJALES)  
Faculdades Integradas de Santa Fé do Sul (FUNEC)  
Jales – SP – Brasil*Gisele Maria Schwartz*<sup>2</sup>Universidade Estadual Paulista – campus de Rio Claro/SP  
Rio Claro – SP – Brasil

**RESUMO:** Com o objetivo de mapear as empresas que oferecem atividades de aventura para idosos, por meio do seu *site* e investigar os aspectos relacionados à gestão da informação sobre essa oferta, realizou-se uma pesquisa qualitativa e descritivo-exploratória. A amostra foi constituída por 83 *sites* de empresas, associadas à Associação Brasileira das Empresas de ecoturismo e Turismo de Aventura. Utilizou-se um diário de campo, para registrar os dados relevantes à pesquisa, de maneira sistemática, os quais foram analisados, por meio da Técnica de Análise de Conteúdo. As empresas estão localizadas em todas as regiões do país. Na análise das informações disponíveis nos *sites* das empresas, observou-se que, em 44 delas não há qualquer menção em relação ao oferecimento de atividades de aventura para idosos, em 30 foram encontrados indícios sobre essa oferta e em apenas 09 informações explícitas e mais detalhadas sobre esse oferecimento.

**PALAVRAS CHAVE:** Atividades Lazer. Idoso. Gestão da Informação.

**ADVENTURE ACTIVITIES COMPANIES' WEBSITES AND ELDERLY INCLUSION: MAPPING AND INFORMATION MANAGEMENT**

<sup>1</sup> Doutora em Desenvolvimento Humano e Tecnologias. Docente do Centro Universitário de Jales – UNIJALES e da Faculdades Integradas de Santa fé do Sul – FUNEC. Membro do LEL - Laboratório de Estudos do Lazer.

<sup>2</sup> Doutora em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano. Docente da Universidade Estadual Paulista – campus de Rio Claro/SP. Líder do LEL - Laboratório de Estudos do Lazer.

**ABSTRACT:** In order to map the companies offering adventure activities for elderly, through its website and investigate aspects related to information management about this offer, was conducted a descriptive and exploratory qualitative research. The sample consisted of 83 websites of companies associated to the Brazilian Association of Ecotourism and Adventure Tourism. A field diary was used to record the data systematically, which were analyzed through the Content Analysis Technique. Companies are located in all Brazilian regions. Analyzing the information available on the companies' websites, it was observed that in 44 of them there is no mention regarding the offering of adventure activities for elderly. In 30 were found indications about this offer and only in 09 websites was possible to find explicit and more detailed information about this offer.

**KEYWORDS:** Leisure Activities. Aged. Information Management.

## Introdução

A gestão eficiente das informações e do conhecimento nos contextos do esporte e do lazer pode se tornar um referencial importante para motivar ou promover a adesão a diferentes tipos de atividades. Uma gestão eficiente pode ser capaz, inclusive, de contribuir para a disseminação de certas atividades esportivas, assim como, para promoção e inclusão de determinados grupos, como os idosos, atendendo aos interesses e às necessidades da sociedade.

Para Freire *et al.* (2013), desde o início do século XX, as organizações empresariais, vêm sofrendo mudanças ao notarem que poderiam obter mais lucro, ao focar nas pessoas e não na produção. Essas mudanças fizeram com que essas organizações buscassem novos avanços tecnológicos para melhor gerenciar a informação e o conhecimento, já que são considerados como insumos básicos para qualquer atividade humana e indispensável para toda tomada de decisão.

Com um bom gerenciamento da informação e do conhecimento, pode-se obter vantagem competitiva no mercado (BASSETTO, 2011; PORÉM; SANTOS, BELLUZZO, 2012). Assim, a *internet* tornou-se ferramenta importante, tanto para o setor empresarial, o qual oferece o produto, como para quem o consome. Esta

tecnologia também permitiu viabilizar o entretenimento, por meio do acesso às informações e promoção do conhecimento, sendo utilizada por todos os públicos, inclusive recebendo interesse crescente por parte dos idosos (SANTIAGO, 2011).

Com base nesta mesma perspectiva, os autores Lam e Lee (2005) ressaltam que a *internet* oportuniza aos idosos melhores possibilidades de escolhas de atividades para serem vivenciadas, sobretudo no contexto do lazer, contribuindo para o uso construtivo do tempo livre de indivíduos nesta fase do desenvolvimento humano. Nessa etapa da vida, os idosos apresentam maior tempo disponível e, por isso, representam um público cada vez mais ávido pela procura de novas vivências e atividades relacionadas ao setor do Turismo e do Lazer. Dentro desses contextos, estão as atividades de aventura, as quais representam, na atualidade elementos bastante atraentes para diversos públicos, como ressalta (BRUHNS, 2003; DIAS, 2006, MARINHO, 2008).

Entretanto, a difusão acerca das possibilidades de usufruto dessas atividades parece ser ainda bastante restrita para a população idosa. Ainda são patentes as limitações desta população ao acesso às informações, sobretudo quando estas são divulgadas no ambiente virtual. Muitos estudos já têm sido desenvolvidos, ressaltando a necessidade de se promover a inclusão digital de idosos (ORDONEZ; YASSUDA; CACHIONI, 2011; MCLEAN; 2011, PEQUENO, 2010; SANTIAGO; SCHWARTZ, KAWAGUTI, 2015; CAMPOS *et al.*, 2016, BOURRELIER *et al.*, 2016), uma vez que é comprovado o crescimento esponencial de indivíduos idosos nas sociedades atuais (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2011).

A falta de inclusão digital de idosos pode se tornar um empecilho para a aquisição de conhecimentos e informação sobre as possibilidades de usufruto saudável das atividades do contexto do lazer, incluindo-se as atividades de aventura, foco deste

estudo. Para que os idosos possam utilizar de forma eficiente as ferramentas que envolvem o ambiente virtual, como a *internet*, para atender seus anseios, é de suma importância a veiculação correta das informações de modo adequado para atender especificamente a este público desta faixa etária (TEODORO, 2011).

A esse respeito, Marchiori (2002) evidencia que todo processo, no qual se tenha como objetivo o acesso a uma informação correta, depende da estruturação e coordenação do conjunto de dados que foram colocados à disposição e oferecidos como produto e/ou serviço de informação para determinado grupo ou cliente. Desta forma, segundo essa afirmativa da autora, a criatividade e a percepção dos parâmetros de tempo e do valor, associados à informação a qual esse grupo necessita, são requisitos básicos para o oferecimento de serviços e produtos.

Detlor (2010) enfatiza que os processos informacionais devem ser controlados pela gestão da informação. Esses processos dizem respeito à criação, aquisição, organização, armazenamento, distribuição e uso da informação. Caso essa administração aconteça de modo efetivo, é possível contribuir para que a informação correta chegue até a pessoa que a necessita, nos formatos adequados, no tempo certo e a custos reduzidos.

Estas indicações do autor anteriormente citado podem ser aplicadas, também no que tange ao mercado do Ecoturismo e Aventura, o qual oferece possibilidades de vivências das atividades de aventura, inclusive, para idosos. Por conseguinte, fornecer as informações corretas e necessárias sobre as atividades oferecidas, sobre as restrições e indicações referentes às práticas, entre outros aspectos, nos *sites* das empresas deste setor, podem estimular a participação dos idosos, uma vez que a informação e o conhecimento são fatores preponderantes para a tomada de qualquer decisão.

Ainda há poucos estudos, no âmbito nacional, que mencionam sobre a participação dos idosos nestas práticas e sobre a satisfação destes em relação ao mercado e oferecimento destas atividades para o idoso. Partindo-se desse pressuposto, diversas inquietações se fazem presentes, merecendo um olhar mais aguçado dos pesquisadores das áreas envolvidas, no sentido de se penetrar no universo em questão e ampliar este conhecimento acerca das interfaces entre a prática das atividades de aventura, indivíduos idosos e gestão da informação, para promover a inclusão e disseminar novas perspectivas no âmbito do lazer.

Uma dessas inquietações, a qual justifica o desenvolvimento deste presente estudo é investigar aspectos relacionados à gestão da informação, nos *sites* das empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, direcionada para atender essa clientela idosa. Este interesse se apoia na possibilidade de entender melhor como se encontra o cenário que envolve o oferecimento de atividades de aventura para idosos no ambiente virtual, a fim de identificar possíveis problemas que dificultam o aumento da adesão de idosos nestas práticas, ampliando as oportunidades de vivências no contexto do lazer para este público.

As questões norteadoras do estudo são: como as informações sobre as atividades de aventura estão disponíveis nos *websites* das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura? Eles focalizam e respondem às necessidades e expectativas dos idosos? As informações são específicas, adequadas e suficientes para disseminar a prática das atividades de aventura para esta população? Os conteúdos disseminados conseguem atrair os idosos para a prática? As inquietações aqui propostas poderão nortear e ampliar as reflexões da área do Desenvolvimento Humano e Tecnologias, evidenciando aspectos relevantes sobre a gestão da informação e sobre o âmbito do lazer virtual, buscando

minimizar as barreiras para a promoção da inclusão de idosos nas atividades de aventura.

A adequação destas informações pode representar um fator motivador e precursor para a procura de novas vivências no contexto do lazer, por parte dos idosos. Para tanto, este estudo tem como objetivo mapear as empresas de atividades de aventura que oferecem atividades de aventura para os idosos por meio do seu *site* e investigar os aspectos relacionados à gestão da informação, no que tange ao oferecimento das atividades para o idoso, identificando informações relevantes sobre a oferta contidas nos *sites* das empresas, para a inclusão e adesão de idosos às atividades de aventura. Desta maneira, neste estudo, entende-se mapear, como o fato de investigar as empresas existentes que oferecem atividades de aventura para idosos no país e expor os dados acerca da localização geográfica das mesmas, registrando as informações relacionadas a essa oferta.

## **Método**

Este estudo, de natureza qualitativa (MINAYO, 2013), foi realizado em duas etapas referentes a uma revisão de literatura acerca das temáticas envolvidas na pesquisa, evidenciando as contribuições científicas sobre os temas referentes à gestão da informação e a inclusão de idosos em atividades de aventura no âmbito do lazer, somada a uma pesquisa descritiva exploratória, a qual permite uma investigação mais ampla do campo de estudo (GIL, 2010; MARCONI; LAKATOS, 2007). A pesquisa exploratória foi realizada por meio de um levantamento das empresas que oferecem atividades de aventura para idosos em seus *sites* e um mapeamento desta oferta. O mapeamento tem a premissa de observar de forma simples como as empresas de

atividades de aventura estão operando, no que tange ao oferecimento das atividades de aventura para idosos em seus *sites*, identificando os aspectos relacionados à gestão da informação sobre esta oferta.

Para tanto, primeiramente, foi feito um levantamento no *site* da ABETA (Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura) (2015), buscando conhecer quais das empresas associadas à ABETA oferecem atividades de aventura para o idoso no seu *site*. Como critério de inclusão, este estudo selecionou apenas as empresas associadas à ABETA, por entender que, esta associação, representa importante pólo de informações sobre empresas que oferecem atividades de aventura. Compreende-se, porém, que a ABETA não representa de modo significativo este fenômeno no país, haja vista que não congrega, efetivamente, todas as empresas deste setor. Isto pode ser um fator limitante do estudo. Entretanto, acredita-se que esta associação, no âmbito nacional, aglutina um número representativo de empresas de turismo de aventura, em um banco de dados e, entre os seus associados, consta uma variada gama de empresas do setor de ecoturismo, não se limitando a uma área de atuação restrita, atividade de aventura específica, ou a um único ramo de atividade, no que diz respeito ao setor que oferta as atividades de aventura. Outro critério de inclusão adotado foi relativo a que estas empresas tivessem seu *website* com *link* disponibilizado para consulta nessa base de dados da ABETA.

A busca na página da ABETA (2015), para efetivação do mapeamento, foi realizada em Associados, na sessão Conheça os Associados, a qual encaminha para uma base de dados que disponibiliza as empresas associadas. Nesta base, optou-se por selecionar o item disponível para busca referente a todos, nos campos alusivos à Unidade Federativa (UF), Ramo de Atividade e Atividade e os campos Destino e

Associado foram deixados em branco, tentando, desta forma, contemplar, na investigação, todas as empresas associadas, sem discriminá-las. Por esse mesmo motivo, também não houve preferência por se delimitar a busca no item somente empresas com atividades certificadas, ainda que esta opção estivesse presente.

Após solicitação de envio para concretização da busca, são emitidos quadros com o nome da empresa associada, o ramo de atividade, breve descrição da empresa, atividades oferecidas, o endereço, a cidade e o Estado, *email* e *website* com *link*. Após identificação, acessou-se cada *site* das empresas associadas, por meio destes quadros, a fim de analisar a localização das empresas no território nacional, quais empresas veiculavam em seus *sites* o oferecimento da possibilidade da vivência dessas práticas pelos idosos e o aspecto relacionado à gestão da informação contida nos mesmos, acerca da oferta de atividades de aventura para idosos. Essa conduta objetivou identificar e conhecer as empresas de turismo de aventura que oferecem atividades para os idosos e apontar sugestões para melhorar a adesão de idosos nestas atividades.

A busca localizou 101 empresas de Ecoturismo e Aventura, sendo que, destas, 18 foram excluídas, pelo fato de que, ao clicar no *link* disponível, a página aberta apresentava falha ou problemas técnicos não identificáveis, os quais não permitiam navegação na mesma. Também foram observados erros de digitação, como trocas ou inversão de letras, no *link* do *website* de 12 empresas localizadas pela busca, no entanto, como esses erros foram facilmente identificados, achou-se prudente corrigi-los e incluir essas empresas na amostra final, uma vez que, corrigidos esses deslizes, conseguia-se entrar normalmente no *site* das empresas em questão. Portanto, a amostra para este estudo foi composta por 83 empresas associadas à ABETA.

Tanto a busca no *site* da ABETA, como a análise de cada um dos *sites* das 83 empresas foram realizadas no período de 01 a 15 de agosto de 2015. Segundo Thomas; Nelson e Silverman (2007) a coleta e análise dos dados realizados simultaneamente, permite ao pesquisador trabalhar de modo mais eficaz.

Para a análise dos *sites* das empresas, utilizaram-se os métodos observacional e descritivo. Para Flick (2009) o método observacional permite ao pesquisador maior compreensão e entendimento sobre o funcionamento e ocorrência de uma determinada situação. Neste caso, adotou-se a postura apenas de observador, procurando registrar todos os dados relevantes à pesquisa (MATTOS; ROSSETTO JÚNIOR; BLECHER, 2008), de maneira sistemática (MARCONI; LAKATOS, 2007).

Para Thomas; Nelson e Silverman (2007) técnicas variadas são empregadas para registrar os dados observados. Contudo, decorrente da observação, criou-se para este estudo, um diário de campo (GIL, 2008), no formato de um quadro, no qual foram registradas todas as impressões do pesquisador sobre as características peculiares e de interesse para a pesquisa, sobre os *sites* analisados, como identificação da empresa, localização, contatos, indícios de oferecimento ou não de atividades de aventura para idosos, as atividades oferecidas, indicação de oferta específica para este público e informações relevantes veiculadas sobre a oferta de atividades de aventura para os idosos. Assim, em cada uma das visitas aos *sites*, os pesquisadores tomavam em consideração um roteiro observacional pré-estabelecido e guiava-se por critérios pré-definidos, fundamentais para a organização e entendimento dos dados e, conseqüente discussão dos resultados, porém permitindo liberdade à pesquisadora quanto a observações de registros complementares, caso necessário.

Para a análise dos dados coletados nos *sites* das empresas, registrados no diário de campo, utilizou-se a Técnica de Análise de Conteúdo, a qual prevê a utilização de categorias de análise, prática bastante utilizada, nos estudos qualitativos, consistindo no desmembramento do texto em unidades segundo reagrupamentos analógicos, realizados por meio da investigação da análise temática (BARDIN, 2011). Para Richardson (2008) esta técnica salienta os aspectos mais relevantes e os que mais diretamente respaldam o objetivo proposto no estudo. Para tanto, a análise dos dados foi realizada em três etapas, sendo que a primeira consistiu numa pré-análise, por meio da anotação das informações observadas no diário de campo, organização dos dados e leitura compreensiva, a segunda etapa, compreendeu a exploração das informações (análise propriamente dita) e identificação dos eixos temáticos e categorias de análise, e, por último, a terceira etapa, contou com a descrição e interpretação dos resultados (BARDIN, 2011).

Seguindo esse propósito, os resultados foram divididos em dois eixos temáticos: 1º Eixo temático – Mapeamento das empresas e 2º Eixo temático – Mapeamento das informações veiculadas nos *sites*. O primeiro eixo temático visou identificar as empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, que oferecem atividades de aventura para idosos em seus *sites* e sua localização no território nacional, enquanto que o segundo eixo temático, procurou evidenciar os aspectos relacionados à gestão da informação, contidos nos *sites* das empresas analisadas, os quais foram agrupados em três categorias de análise. A primeira categoria de análise, A) Informações encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas que apresentaram indícios, foi alusiva a veiculação da informação referente à possibilidade de vivência dessas práticas pelos idosos nos *sites* das empresas que apresentavam indícios sobre essa oferta, identificando que tipo de informação era mencionado no

conteúdo da página, sugerindo que os idosos estavam contemplados, porém não explícitas. A segunda categoria de análise, B) Informações explícitas encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas, propôs expor as informações que explicitavam a oferta de atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas. A terceira categoria de análise, C) Informações sobre as opções de ofertas específicas para idosos, buscou destacar as ofertas direcionadas especificamente para este público consumidor, encontradas nos *sites* das empresas que oferecem atividades de aventura para idosos, destacando os principais achados.

## Resultados e Discussão

Para o 1º Eixo temático – Mapeamento das empresas foi possível identificar que as 83 empresas associadas à ABETA, analisadas neste estudo, estão localizadas em 18 Estados brasileiros e se fazem presente em todas as regiões do país. A Tabela 1 demonstra a localização destas empresas, de acordo com as regiões brasileiras e a quantidade de empresas por região.

**TABELA 1** – Localização e quantidade das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura analisadas por região.

EMPRESAS ANALISADAS	
REGIÕES BRASILEIRAS	NÚMERO DE EMPRESAS
NORTE	05
NORDESTE	24
CENTRO OESTE	08
SUDESTE	28
SUL	18
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Percebe-se, que as empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, analisadas neste estudo, estão espalhadas por todo o território nacional (TABELA 1). Esse dado confirma o crescimento do mercado do turismo de aventura no Brasil, o qual

vem se consolidando atualmente, representando um nicho de sucesso (SCHWARTZ *et al.*, 2013). O país apresenta um vasto território, com grande diversidade natural e sociocultural e, no caso, do Turismo de Aventura, esses fatores associados com o clima tropical (predominante no Brasil), favorecem a prática das atividades de aventura (BRASIL, 2010) e permitem uma gama de realização de atividades, em diferentes destinos turísticos (RUDZEWICZ; CERETTA, 2012). Além disso, de acordo com Oliveira (2012), estas atividades atraem um grande número de praticantes, seduzidos pela quantidade de locais naturais como praias, matas, cachoeiras, chapadas e cerrados que o país contempla, uma vez que essa riqueza de cenários reforça o interesse por essas práticas.

Para Machado (2012) a busca da natureza para vivências de diversas atividades, nos âmbitos do turismo e do lazer, ligadas aos setores do Ecoturismo, Turismo Rural e Turismo de Aventura, é tendência atual. Observa-se um grande interesse pelas atividades de aventura, tanto nas pesquisas no meio acadêmico, quanto na procura pela prática dessas atividades (FIGUEIREDO, 2012).

A esse respeito, Rudzewicz e Ceretta (2012) complementam que, em decorrência da expansão do segmento do Turismo de Aventura no mercado turístico global e interesse das esferas governamental e acadêmica, para o aprimoramento e qualificação de equipamentos, produtos, serviços e experiências relacionadas às atividades de aventura, os temas turismo e aventura têm sido foco de discussão nas últimas duas décadas. Os autores também salientaram que se nota que essas atividades ganharam espaço na sociedade de consumo do turismo e do lazer, apresentando-se como um dos segmentos em maior ascensão no mercado brasileiro.

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), o Brasil já é uma referência internacional no turismo de aventura e mais de 50% dos roteiros de viagens, oferecidos pelas empresas de Turismo, no país, incluem as atividades de aventura. Esse órgão ainda ressalta que o país foi eleito, pela *National Geographic Adventure*, como melhor destino para aventureiros e esportistas radicais em 2009.

Por meio da Tabela 1, também foi possível observar que as empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, têm maior representatividade nas regiões sudeste, nordeste e sul. Ao se analisar a distribuição por regiões brasileiras, das empresas que oferecem a possibilidade da prática de atividades de aventura por indivíduos idosos em seus *sites*, o cenário não muda muito, mas nos apresenta importantes considerações. A Tabela 2, apresentada a seguir, permite entender melhor esse quadro.

**TABELA 2** – Localização e quantidade de empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura, de acordo com o oferecimento de atividades de aventura para idosos, em seus *sites*, por região.

<b>EMPRESAS QUE NÃO OFERECEM ATIVIDADES DE AVENTURA PARA IDOSOS EM SEUS <i>SITES</i></b>	
<b>REGIÕES BRASILEIRAS</b>	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>
NORTE	02
NORDESTE	20
CENTRO OESTE	04
SUDESTE	13
SUL	05
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>
<b>EMPRESAS QUE APRESENTARAM INDÍCIOS SOBRE O OFERECIMENTO DE ATIVIDADES DE AVENTURA PARA IDOSOS EM SEUS <i>SITES</i></b>	
<b>REGIÕES BRASILEIRAS</b>	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>
NORTE	03
NORDESTE	03
CENTRO OESTE	04
SUDESTE	08
SUL	12
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

<b>EMPRESAS QUE OFERECEM ATIVIDADES DE AVENTURA PARA IDOSOS EM SEUS SITES</b>	
<b>REGIÕES BRASILEIRAS</b>	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>
NORTE	00
NORDESTE	01
CENTRO OESTE	00
SUDESTE	07
SUL	01
<b>TOTAL</b>	<b>09</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Analisando os dados apresentados na Tabela 2, verificou-se que, dos 83 sites das empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de aventura analisados neste estudo, em 44 não foram observadas, nas informações disponíveis, qualquer menção em relação ao oferecimento de atividades de aventura para este público e tão pouco houve alguma referência à oferta de pacotes ou programas específicos para esta faixa-etária. Vale ressaltar que esta quantidade de empresas equivale a mais da metade da amostra. Em outros 30 sites, foram encontrados indícios sobre a oferta de atividades de aventura para idosos, já que foi observado algum tipo de informação, dentro do conteúdo disponibilizado pelo site, possibilitando a crença na existência deste oferecimento. E, em apenas 09 sites de empresas, identificou-se, nas informações da página o oferecimento de atividades de aventura para idosos, de modo substancial, ou seja, apresentando informações explícitas e mais detalhadas sobre essa oferta.

Numa pesquisa realizada por Silva e Teles (2014), a qual investigou questões ligadas à acessibilidade no Ecoturismo e Turismo de Aventura, por meio de entrevista aplicada à 47 empresas associadas à ABETA, destas, 48,9%, quase metade da amostra, disse que possui produtos e/ou serviços para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida e 51,1% responderam que não. Estes dados, comparados com os dados encontrados neste estudo, no qual mais da metade das empresas não oferecem atividades de aventura em seus sites para idosos, nos remetem a pensar que entre dizer

que possuem esses produtos e/ou serviços e o fato de oferecerem-os nos *sites* das empresas existe uma grande diferença. É preciso divulgar essa oferta de modo efetivo e garantir que o conhecimento deste oferecimento chegue até as pessoas que são beneficiadas com este produto e/ou serviço diferenciado.

Outro caso que chamou a atenção, em decorrência dos dados apresentados, é o fato de independente da região, as empresas brasileiras, do segmento do Ecoturismo e Turismo de Aventura, ainda não valorizarem esse potencial consumidor, já que foi constatado que o idoso está pouco contemplado nos *sites* das empresas, no que diz respeito às informações específicas sobre o oferecimento das atividades de aventura para este público. Tal fato torna-se, até de certa forma, compreensivo, ao observar que o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010), dentro das orientações básicas para o turismo de aventura, utiliza para divulgar o perfil do turista de aventura e do ecoturista, no Brasil, dados de uma pesquisa encomendada para a ABETA, em 2009, a qual tinha como objetivo conhecer o perfil do consumidor atual e potencial de Turismo de Aventura e de Ecoturismo, a fim de entender melhor os desejos da demanda e promover a qualificação ou aperfeiçoamento dos produtos ofertados pelas empresas deste segmento, com base nesse perfil.

O problema é que, tal pesquisa contou com a participação de 949 pessoas (homens e mulheres), entre 18 e 59 anos, que viajaram dentro do Brasil nos últimos 12 meses, residentes das capitais dos maiores polos emissores do país: São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, excluindo da amostra o indivíduo idoso (BRASIL, 2010). O Ministério não justifica a escolha da faixa etária, porém evidencia que “[...] apontar um único perfil para o Turismo de Aventura é uma tarefa complexa,

pois os diversos produtos de aventura atraem públicos distintos.” (BRASIL, 2010, p. 22).

Desta maneira, acredita-se que as empresas de atividades de aventura têm focalizado a veiculação das informações e direcionado as propagandas e o *marketing*, diretamente para o público jovem e adulto. Os estudos de Barbosa (2004) e Dias (2006) já enfatizavam que, geralmente, as propagandas sobre as atividades de aventura, urbana ou na natureza, discriminam o público idoso, o qual apresenta grande potencial de consumo das mesmas, sendo apresentadas de forma a induzir apenas o público mais jovem para o seu consumo.

Portanto, torna-se premente o reposicionamento do mercado do Turismo de Aventura, o qual deve considerar o idoso enquanto consumidor, uma vez que os estudos de Dias (2006), Chao *et al.* (2015) e Pereira; Tavares e Suzuki (2016), já mostram o interesse dos indivíduos idosos pela vivência de novos desafios no âmbito do lazer, especialmente buscando se envolver com atividades diferenciadas e que propiciem a possibilidade da vivência de novas emoções, sensações e experiências, como são os casos das atividades de aventura. Também se evidencia que em função do aumento da população idosa no país, os idosos tornam-se consumidores promissores.

Com base nesse pressuposto, também se torna necessário compreender as características, interesses, necessidades e limitações desse público consumidor, para que o mercado de Turismo de Aventura possa redirecionar suas ações, de forma a atender a esta demanda em ascensão, sem desprezar as peculiaridades deste importante segmento populacional, e, assim, melhorar a adesão e inclusão dos idosos nas atividades de aventura e ainda os aspectos ligados à gestão da informação para o oferecimento destas práticas. Nesse sentido, Mendonça e Teixeira (2002) apontam que, tendo em vista os

aspectos ligados ao consumo e ao *marketing*, é importante conhecer as necessidades próprias dos indivíduos idosos, para conseguir atender às suas expectativas e, desta forma, reconhecer este público enquanto consumidor, deixando, este atendimento, de ser um privilégio apenas de crianças, jovens e adultos.

No que tange à localização e à quantidade de empresas, de acordo com o oferecimento de atividades de aventura para idosos, em seus *sites*, por regiões brasileiras (TABELA 2), observou-se que, dentre as 05 empresas da região norte analisadas, neste estudo, 02 não fazem nenhuma menção sobre o oferecimento de atividades de aventura para idosos, em seus *sites*, 03 apresentam indícios sobre essa oferta e, portanto, nenhuma oferece explicitamente. Das 24 empresas, da região nordeste, em 20 não foi observado a oferta de atividades de aventura para idosos, em 03 deparou-se apenas com indícios sobre esse oferecimento e em apenas 01 notou-se oferta direcionada para este público. Das 08 empresas da região centro oeste nenhuma oferta, de modo explícito, atividades de aventura para idosos, em seus *sites*, sendo que, 04 não mencionam informações sobre essa oferta e outras 04 apresentam indícios sobre esse oferecimento. Já entre as 28 empresas da região sudeste, 13 não oferecem atividades de aventura para idosos em seus *sites*, 08 apresentam indícios sobre esse oferecimento e 07 oferecem, de modo substancial. Finalizando, das 18 empresas da região sul, 05 não ofereciam atividades de aventura para idosos, 12 apresentavam indícios e apenas 01 mencionava este oferecimento explicitamente.

Portanto, entre as empresas que apresentam indícios sobre o oferecimento das atividades de aventura em seus *sites*, tem-se maior incidência nas regiões sul, sudeste e centro oeste e entre as empresas que oferecem encontram-se as regiões sudeste, nordeste e sul. Este último coincide com a prevalência do número de empresas do setor de

Ecoturismo e Turismo de Aventura por regiões brasileiras. Curiosamente, apesar da região nordeste, ser representada, neste estudo, por uma quantidade significativa de empresas (24) associadas à ABETA, mostrou-se ser a região que menos focaliza os idosos nas informações contidas nos *sites* das empresas ligadas ao oferecimento de atividades de aventura, uma vez que em 20 empresas não foi notado essa oferta.

A região sudeste é a que contém o maior número de empresas (07) que oferecem atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas. Tal dado pode ser explicado, entre outros fatores, pelo fato da região sudeste, ter localizada, no interior do Estado de São Paulo, na cidade de Brotas, um polo de atividades de aventura na natureza, que começou a ser explorado desde meados dos anos 90 (OLIVEIRA, 2012), sendo conhecida como a “capital da aventura” (BARROCAS, 2005).

No interior de São Paulo, também, encontra-se, a cidade de Socorro, referência em turismo de "aventura especial", termo que designa o turismo de aventura adaptado para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, tendo recebido alguns projetos do Ministério do Turismo e da Secretaria Estadual de Turismo, para a adaptação de equipamentos e serviços de turismo em toda a cidade, a partir de 1997 (SERPA, 2007). Ainda na região sudeste, mas no Estado do Rio de Janeiro existem vários clubes de montanhismo e excursionismo, filiados à federação estadual, e, conseqüentemente, à confederação nacional e internacional de montanhismo e escalada (FEDERAÇÃO DE ESPORTES DE MONTANHA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2016), que contribuem para reforçar a consolidação do Turismo de Aventura nesta região do país.

Estes cenários podem influenciar na gestão da informação nos *sites* das empresas, em virtude da demonstração de maior experiência de atuação destas empresas e conhecimento do público consumidor, as quais podem estar se adequando para

melhor atender todos os públicos. Indo ao encontro desta observação, Silva e Teles (2014) notarem que, dentre as empresas do segmento do Ecoturismo e Turismo de Aventura, que disseram oferecer algum produto e/ou serviço para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, 25,5% são empresas que atuam no mercado a mais de 10 anos, enfatizaram que esta constatação pode indicar que o tempo de atuação está diretamente relacionado à experiência da empresa e sua percepção das necessidades de adaptação ao mercado e aos diferentes perfis de públicos existentes.

Ainda seguindo esse pensamento, Oliveira (2012) aplicou um questionário para 06 empresas de atividades de aventura, da cidade de Brotas, a fim de analisar o mercado. A autora observou que todas as empresas citaram ter capacidade de atender aos idosos e crianças, desde que estejam acompanhados de familiares que possam ser responsáveis por eles, tendo em alguns casos atividades próprias para suas condições e em outros, adaptando as mesmas para atendê-los. Parece que o mercado está começando a identificar esse público consumidor e dedicando maior atenção às suas necessidades, ainda que em passos lentos.

O 2º Eixo temático – Mapeamento da veiculação das informações dos *sites*, agrupou três categorias de análise: A) Informações encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas que apresentaram indícios, B) Informações explícitas encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas e C) Informações sobre as opções de ofertas específicas para idosos. Este eixo temático tomou em consideração as 30 empresas que apresentaram indícios sobre o oferecimento de atividades de aventura para idosos em seus *sites*, na primeira categoria de análise e as 09 empresas que oferecem em seus *sites*, de modo explícito, as atividades de aventura para idosos, para as segunda e terceira

categorias de análise, excluindo as 44 empresas que não faziam nenhuma menção sobre esse oferecimento, por motivos óbvios.

Para a categoria, A) Informações encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas que apresentaram indícios, observando os *sites* das 30 empresas nas quais foram encontrados indícios sobre o oferecimento de atividades de aventura para idosos, constatou que informações não explícitas e muitas vezes não muito fáceis de serem achadas no *site*, localizadas geralmente na descrição de uma ou outra atividade oferecida pelas empresas, nas informações preliminares ou nas perguntas frequentes, permitiam deduzir que houvesse esse oferecimento. Essas informações eram diversificadas e foram exibidas na Tabela 3, assim como o número de incidência nas empresas.

**TABELA 3** – Informações veiculadas nos *sites* das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura que apresentam indícios sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos.

EMPRESAS QUE APRESENTAM INDÍCIOS SOBRE O OFERECIMENTO DE ATIVIDADES DE AVENTURA PARA IDOSOS EM SEUS <i>SITES</i>	
INFORMAÇÕES VEICULADAS	Nº DE EMPRESAS
Exposição de idade mínima exigida para a prática das atividades.	10
Atividades possíveis de serem vivenciadas por pessoas de qualquer idade.	05
Exibição de idade mínima e máxima exigida para a prática das atividades.	04
Apenas fotos de idosos praticando atividades de aventura ou se preparando para isso, porém sem qualquer informação.	03
Outros (Informações gerais).	08
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Nota-se, pelos dados expostos na tabela, que 10 empresas expunham nos *sites*, na descrição das atividades de aventura oferecidas, informação mencionando apenas a idade mínima exigida para a realização das atividades, 05 empresas citaram a informação de que as atividades poderiam ou eram possíveis de serem vivenciadas por pessoas de qualquer idade, 04 empresas exibiam a idade mínima e a idade máxima para a realização das atividades oferecidas, 03 empresas ilustravam o *site* com fotos de

idosos realizando atividades de aventura ou se preparando para a realização das mesmas, mas sem qualquer informação explícita sobre esse oferecimento e, por fim, 08 empresas, mostravam vestígios sobre esse possível oferecimento, os quais foram enquadrados como outros, ligados a informações gerais.

Dentre estas 08 empresas, enquadradas em outros, as informações gerais referiam-se à intensidade ou nível de esforço compreendido na atividade oferecida (03), ao nível de condicionamento físico exigido na vivência da atividade (02), à oferta de dois roteiros de viagem denominados “velhinho é a mãe”, mas sem especificação em relação ao público ao qual se destinava, sem descrição do roteiro ou das atividades envolvidas (01), à oferta de um pacote especial para deficientes, mas que não mencionava se incluía pessoas com mobilidade reduzida (01), à oferta de um pacote para melhor idade, no que concerne à hospedagem em um hotel, no qual eram oferecidas atividades de aventura, porém, sem permitir a distinção se essas atividades são incluídas no pacote (01).

Acredita-se que essas informações, classificadas neste estudo como indícios, são importantes e necessárias para as pessoas que buscam informações sobre as atividades de aventura, com a intenção de vivenciá-las. No entanto, para indivíduos idosos, com características, necessidades e expectativas peculiares, talvez não surtam efeito tão positivo e que não sejam incisivas, para despertarem o interesse de idosos para praticarem as atividades de aventura, não contribuindo para o aumento da adesão deste público nestas práticas do contexto do lazer.

Portanto, percebe-se que as empresas que oferecem atividades de aventura, ainda carecem de adequações na gestão de informações, em seus *sites* comerciais, para conseguirem atingir este público consumidor, pois não possuem clareza nas

informações contidas em seus *sites*, sobre a possibilidade de prática dessas atividades por parte dos indivíduos idosos, deixando a desejar no atendimento ao público idoso. De acordo com Nielsen e Tahir (2002) o conteúdo do *site* de uma empresa é uma das características mais importantes para o seu sucesso. No entanto, esse conteúdo deve apresentar qualidade na informação.

Para O'Brien (2010), informações antiquadas, inexatas ou difíceis de entender, influenciam na qualidade das informações, não sendo muito significativas úteis ou valiosas, para os usuários, os quais desejam informações de alta qualidade. Em se tratando especificamente do setor de turismo, a informação tem importância reconhecida, uma vez que, disponibilizar informações corretas, relevantes e de forma dinâmica, é fundamental para auxiliar os consumidores nas decisões de consumo (O'CONNOR, 2001). Todas essas colocações corroboram a definição de informação, que implica na apresentação de dados, de forma significativa e útil para os seres humanos (LAUDON; LAUDON, 2010).

Tanto a observação de nenhuma menção sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos, na maioria dos *sites* das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura, já discutida anteriormente, quanto esses indícios apontados, podem indicar falha na comunicação destas empresas com a clientela idosa. A esse respeito Silva e Teles (2014) abordam que cabem às empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, adequarem seus procedimentos operacionais, estabelecerem comunicação adequada e saberem realizar atendimento personalizado para atenderem seus clientes, independente de serem pessoas sem ou com deficiência ou mobilidade reduzida.

Para Pires (2015) o aumento da população idosa no Brasil, aponta para a precisão de aprofundar o debate sobre as necessidades informacionais desses sujeitos.

Diante do cenário encontrado relativo às informações contidas nos *sites* das empresas de atividades de aventura que apresentaram indícios sobre o oferecimento dessas práticas para idosos, também, sugere-se a necessidade de novas discussões que possam vir a contribuir para a melhoria da comunicação deste mercado para com o público idoso e aumento da adesão de idosos nestas práticas. O fato de os *sites* das empresas não contemplarem todas as informações para responder à necessidade deste público, acerca dos conhecimentos e esclarecimentos a respeito da possibilidade da vivência destas atividades, nesta faixa etária, pode gerar dúvidas sobre se os idosos podem ou não praticarem essas atividades.

Por esse motivo, torna-se relevante que as empresas de atividades de aventura, focalizem mais o indivíduo idoso nos *sites* comerciais, disponibilizando informações mais precisas sobre as questões que envolvem a participação de idosos nestas atividades, incluindo observações específicas para idosos, fazendo mais uso de imagens e vídeos que possam divulgar a participação de idosos nestas práticas. Alves e Duarte (2015) destacam que a informação é produto passível de administração. Desta maneira, promover essas adequações nos *sites* das empresas analisadas, para melhor administrar a veiculação e o modo de como as informações, são expostas e transmitidas, poderiam melhorar o entendimento dos idosos sobre essas vivências, no contexto do lazer e motivar sua participação.

Em relação ao uso de imagens e vídeos, Betti (2005) enaltece que a mídia, entre suas variadas finalidades, serve como ferramenta de transmissão de emoções, promovendo uma interação direta entre o conteúdo e os expectadores, gerando sensações de pertencimento, vivência e excitação. Portanto, compreende-se que, com a exposição de um número maior de mídias, como imagens e vídeos, nos *sites* das

empresas, mostrando a participação de idosos em atividades de aventura, este público poderia se sentir mais à vontade com essas atividades, despertando mais interesse ao perceberem as emoções e sensações que são características destas práticas, possibilitando aos idosos a vivência de atividades mais significativas no âmbito do lazer.

Reforçando o valor do uso da imagem nos *sites* das empresas, para despertar o interesse do público idoso sobre as atividades de aventura, podem-se considerar os achados de Silva e Perinotto (2016), os quais evidenciaram a importância da imagem para promover o turismo. Os autores observaram que, por meio da divulgação da imagem, é possível atingir e instigar o consumidor potencial à realização do consumo, de acordo com as informações nela repassadas.

Para a categoria de análise, B) Informações explícitas encontradas sobre o oferecimento das atividades de aventura para idosos nos *sites* das empresas, dentre as 09 empresas que oferecem, de modo substancial, as atividades de aventura para os idosos, observou-se, nestes *sites*, que as informações estavam explícitas e mais detalhadas sobre esse oferecimento, e ainda, que utilizam fotos ou vídeos para ilustrarem essa possibilidade de experiência e disponibilizam algum programa ou pacote específico para este público, ou ainda, oferecem alguma atividade específica voltada para a inclusão e participação de idosos. Por meio da Tabela 4, é possível visualizar o tipo de informação veiculada nos *sites* destas empresas e o número de incidência.

**TABELA 4** – Informações veiculadas nos *sites* das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura que oferecem atividades de aventura para idosos.

<b>EMPRESAS QUE OFERECEM ATIVIDADES DE AVENTURA PARA IDOSOS EM SEUS SITES</b>	
<b>INFORMAÇÕES VEICULADAS</b>	<b>Nº DE EMPRESAS</b>
Informações mais detalhadas sobre as atividades de aventura, quem pode ou não praticá-las e restrições para a prática com indicação para o público idoso.	03
Informações mais detalhadas sobre as atividades de aventura, sobre a oferta de várias opções de atividades capazes de atender toda a família, inclusive os idosos e possibilidade de organização de roteiro com atividades para cada tipo de família.	02
Oferta de programas ou pacotes especiais específicos para este público.	03
Oferta de atividade específica para este público (Mini <i>rafting</i> )	01
<b>TOTAL</b>	<b>09</b>

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Nota-se que, nos *sites* das 09 empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura, as quais oferecem atividades de aventura para idosos, 03 empresas possuem informações mais detalhadas em relação a quem pode praticar as atividades de aventura, restrições com indicação para o público idoso, como no caso em que uma delas dizia que idosos ativos não teriam problemas para participarem das atividades, 02 empresas além de fornecerem informações mais detalhadas em relação às atividades de aventura, citam que desenvolveram várias opções de atividades, capazes de atender a toda a família, inclusive os idosos e pedem para que seja feito um contato para organização específica para cada tipo de família, 03 empresas ofertam nos seus *sites* programas ou pacotes específicos para este público e 01 empresa oferta uma atividade específica para este público (Mini *rafting*).

Embora se observe uma melhoria nas questões relacionadas à gestão das informações, nos *sites* das empresas que oferecem atividades de aventura explicitamente para idosos, no que tange à qualidade e quantidade das informações sobre a possibilidade de vivência por parte dos idosos, percebe-se que a quantidade de programas, pacotes e atividades específicas para este público ainda é bastante restrita, comparado com a oferta destes mesmos produtos para o público mais jovem. Sobre as

adaptações de atividades específicas, Silva e Teles (2014) apontaram uma justificativa advinda das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura, elucidando que, nem todas as atividades de aventura apresentam viabilidade de adaptação, devido aos riscos inerentes. Quando alguma atividade apresenta condições para receberem adaptações, ainda assim enfrentam dificuldades, pois às essas também atenderão um público que não necessita de atendimento personalizado e acessibilidade.

Considerando a importância da inclusão da população idosa nas atividades de aventura, evidencia-se a importância de melhor compreensão em relação às quais atividades de aventura podem ser oferecidas de maneira acessível e disponibilizadas aos idosos, levando-se em consideração as necessidades e limitações desta população. No entanto, vale ressaltar que a relação entre o idoso e a prática de atividade física é extremamente comum na sociedade, a qual em diversos setores, como do entretenimento, saúde e governamental, propaga a importância de um estilo de vida ativo e de se ter um apreço com as atividades do contexto do lazer, fato que potencializa as chances de longevidade (Telles *et al.*, 2015). Por consequência, nota-se que os idosos de hoje adotam hábitos mais saudáveis, sentindo mais tardiamente as limitações advindas do processo de envelhecimento. Isto nos remete a pensar que muitos idosos não precisam das adaptações das atividades de aventura, podendo gozar das atividades normalmente oferecidas, sendo necessário, apenas mais atenção com este público durante a realização das atividades.

Porém, adaptações nas atividades de aventura e mais opções de ofertas específicas, como programas e pacotes para o público idoso, certamente possibilitarão que um número maior de idosos conheça e vivencie essas atividades, ampliando as perspectivas de obtenção de satisfação nesta fase da vida, para além das atividades

rotineiras do dia-a-dia, enriquecendo as condições qualitativas existenciais. De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) a diversidade das atividades de aventura tende a aumentar, em virtude da constante inovação, decorrente do avanço tecnológico dos equipamentos e da busca contínua de desafios e experiências inusitadas, proporcionadas por consumidores e pelo contínuo desenvolvimento da capacidade das empresas de gerenciar riscos. Portanto, torna-se um desafio, para o setor do Ecoturismo e Turismo de Aventura, encontrar formas de aumentar a adesão de idosos nestas práticas.

Assim, é extremamente importante que as empresas adaptem o que ofertam, para torná-las mais acessíveis ou, até mesmo, elaborem produtos e desenvolvam serviços, com um padrão que possa ser usufruído por qualquer tipo de público, para que as empresas tenham a oportunidade de atingir um público em crescimento no mercado (SILVA; TELES, 2014). Desta maneira as empresas de Ecoturismo e Turismo de aventura contribuiriam para a inclusão do idoso nestas práticas, favorecendo a participação desta população em atividades mais significativas no contexto do lazer.

Para a terceira categoria de análise, **C) Informações sobre as opções de ofertas específicas para idosos**, deste eixo temático, considerou-se apenas as 03 empresas que ofertam nos seus *sites* programas ou pacotes específicos para este público, dentre as 09 empresas do setor de Ecoturismo e Turismo de Aventura que oferecem atividades de aventura para idosos, com a intenção de destacar o que as empresas oferecem nestas ofertas. A Tabela 5 descreve cada um dos programas ou pacotes especiais oferecidos para idosos por estas empresas.

**TABELA 5 – Descrição dos programas e pacotes especiais oferecidos para idosos**

TÍTULO	DESCRIÇÃO
“Programa dos Sonhos da Melhor Idade”.	Inclui prática de atividades de aventura, música ao vivo, bingo, karaokê, festas temáticas, hidroginástica, torneio de pesca e Pilates.
“Programa Especial para a Melhor Idade”	Não descreve o que está incluído no pacote, porém faz referência de atividades que foram adaptadas para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, entre elas, tirolesa, trilhas, arvorismo e turismo fora de estrada.
“Pacote da Melhor Idade”.	Inclui vivência do Mini <i>rafting</i> , trilha a pé de fácil acesso com direito a banho em uma cachoeira, passeio específico em um atrativo turístico da cidade e atividades recreativas disponibilizadas pelo hotel.
“Pacote Bem Estar”.	Inclui experiência em uma tirolesa, participação em uma trilha a pé para a cachoeira, <i>rafting</i> e passeio específico em um atrativo turístico da cidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Analisando as informações expressas nessa da tabela, é possível verificar que, dentre as 03 empresas que ofertam nos seus *sites* programas ou pacotes específicos para este público, foram encontrados 04 ofertas, 02 programas e 02 pacotes. Vale ressaltar que 02 empresas oferecem 01 programa cada uma, enquanto 01 empresa oferta dois pacotes diferentes.

Uma das empresas que oferecem um programa especial para o público idoso expõe, no seu *site*, sobre sua participação no Projeto do Ministério do Turismo - “Viaja mais Melhor Idade”, dando prioridade de atendimento para este público, ao notar a expressiva procura pela oferta por parte dos idosos. Assim, desenvolveu-se o “Programa dos Sonhos da Melhor Idade”, o qual, além de agregar as atividades normais do hotel, como as atividades de aventura, também englobam opções elaboradas exclusivamente para atender a este público, como música ao vivo, bingo, karaokê, festas temáticas, hidroginástica, torneio de pesca e pilates. Vale destacar que todo o hotel foi adaptado para receber este público, assim como para pessoas deficientes ou com mobilidade reduzida.

No *site* de outra empresa que oferecia um programa especial para idosos, foi encontrado, o “Programa Especial para a Melhor Idade”, sem descrição do mesmo, porém, com referência de atividades que foram adaptadas para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, como uma tirolesa, trilhas, arvorismo e turismo fora de estrada 4X4, as quais, de acordo com o *site*, fizeram parte das oficinas técnicas do “Projeto Aventureiros Especiais”, do Ministério do Turismo. Além destes dados, pode-se constatar que o *site* continha quadro de informações, para cada uma das atividades oferecidas, bem detalhado, além de expor várias fotos de idosos realizando as atividades de aventura, dando maior respaldo para a efetiva participação do idoso.

Observa-se que os programas apresentados foram pensados e elaborados especificamente para atender ao público idoso, buscando atingir os anseios, necessidades e expectativas desta população. Ações como esta devem ser utilizadas muito mais vezes pelas empresas. Como o próprio Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) evidencia, o comportamento do consumidor vem mudando e, com isso, surgem novas expectativas que precisam ser atendidas. Essas mudanças no setor do Turismo de Aventura, em um mundo globalizado, no qual se diferenciar adquire importância a cada dia, aumenta a exigência dos consumidores em relação à oferta de roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências.

Notou-se também, a importância das políticas públicas, já que estes estavam envolvidos em projetos do Governo Federal. Nesse sentido, Silva e Teles (2014) consideram como fator positivo, a mobilização do poder público, por meio do Ministério do Turismo, o qual, com base em incentivos e investimentos no setor de Turismo de Aventura, contribui para a implantação da acessibilidade. Diante do aumento da demanda nacional e internacional pelas vivências das atividades de

aventura, no Brasil, o Ministério do Turismo, considerou o segmento de Turismo de Aventura como prioritário para investimentos em organização e estruturação (BRASIL, 2010). No entanto, ainda se observa pouco avanço na melhoria da acessibilidade, tanto de pessoas deficientes como com mobilidade reduzida, nas atividades de aventura.

A pesquisa de Silva e Teles (2014) demonstrou que a maioria das empresas do segmento do Ecoturismo e Turismo de Aventura não está preparada para atender a esse público, porém, conseguem apontar sugestões que visam à melhoria no atendimento do público em questão e na qualidade da oferta. Ainda de acordo com esses autores, as empresas de aventura que não apresentam nenhum tipo de ação em relação à acessibilidade, mostraram-se muito dispostas e interessadas em adotar a acessibilidade em suas atividades, adaptando equipamentos e serviços para poderem oferecer opções para públicos distintos. Entretanto, ainda, algumas empresas não se mostram interessadas e dispostas a adotar medidas para acessibilidade, devido às questões de ordem financeira e dificuldades para adaptarem alguns espaços e atividades de aventura.

No *site* da última empresa, foram encontrados pacotes específicos para esta faixa etária, sendo que as atividades de aventura eram destaque, tanto na proposta do pacote, como nas informações veiculadas e no *marketing* da empresa para com este público, até mesmo, disponibilizando fotos e vídeos direcionados a esta participação. No entanto, observou-se que, tanto os pacotes, como os vídeos, eram muito difíceis de serem localizados na página, ficando escondidos no meio de tantos outros pacotes oferecidos para outro público, sendo necessários vários acessos em muitos *links*, para chegar até eles. Os vídeos compreendiam duas reportagens realizadas por programas televisivos, as quais mostravam idosos que gostam e praticam as atividades de aventura e, por conta destas, criaram os pacotes.

Os pacotes consistiam no “Pacote da Melhor Idade”, o qual tinha como proposta a vivência do mini *rafting* (conhecido também como *floting*, um *rafting* realizado em trecho mais curto e mais calmo do leito de um rio), a participação em uma trilha a pé, de fácil acesso, com direito a banho em uma cachoeira, um passeio específico em um atrativo turístico da cidade e mais as atividades recreativas disponibilizadas pelo hotel e o “Pacote bem Estar”, o qual incluía experiência em uma tirolesa, participação em uma trilha a pé para a cachoeira, a vivência do *rafting* e um passeio específico em um atrativo turístico da cidade.

Evidencia-se a iniciativa da empresa em ofertar pacotes específicos para este público, contribuindo para possibilidade de vivências significativas no âmbito do lazer, permitindo sensações e emoções diferenciadas nesta fase de desenvolvimento humano, favorecendo os aspectos que permeiam a melhora da qualidade de vida. No entanto, as empresas devem ficar atentas, quanto ao caminho para o acesso à informação, os quais os idosos devem percorrer para encontrar tal oferta, uma vez que o modo para atingir as informações referentes ao oferecimento das atividades de aventura para o idoso encontrava-se muito dificultado. Portanto, esse acesso se torna ineficiente, pelo fato de apresentar um número grande de *links* para se ter acesso às informações.

Porém, como estas colocações relacionadas com os aspectos da engenharia do *software*, ou do tipo de *software* utilizado para elaboração do *site*, não foram foco deste estudo, estes entraves não foram discutidos, apenas destacados como fatores limitantes para a obtenção de informação. Mas, ressalta-se a necessidade de estudos que consigam mensurar os aspectos operacionais ligados ao uso desta interface pelo indivíduo idoso, no que diz respeito aos *sites* das empresas de atividades de aventura.

## Considerações Finais

O cenário do mercado que envolve o oferecimento de atividades de aventura, no setor do Ecoturismo e Turismo de Aventura, para idosos no ambiente virtual, denota problemas com a comunicação, entre empresa e potencial consumidor, percebidas nos *sites* das empresas, decorrentes da ineficiência na gestão da informação. Com base nos resultados do estudo, pode-se afirmar que as informações contidas nos *sites* das empresas de atividades de aventura, de modo geral, não focalizam os idosos e demonstram não responderem às necessidades e expectativas desse público, pois, não são específicas, adequadas e suficientes para disseminar essa prática para esta população.

Entende-se que a adequação destas informações, bem como, esclarecimentos sobre as ofertas específicas para este público, podem representar fatores motivadores para a disseminação dos conteúdos sobre as atividades de aventura entre os idosos e para o aumento da adesão de idosos nestas vivências, podendo minimizar as barreiras para promoção da inclusão de idosos nessas práticas. Para tanto, sugerem-se novos estudos, os quais possam vir a identificar a percepção de idosos sobre a oferta de atividades de aventura, pelas empresas, em seus *sites*.

Considerando a escassez de estudos científicos, no âmbito nacional, relacionados às vivências de atividades de aventura e o indivíduo idoso, particularmente no que se refere à participação e à oferta de atividades para este público, e, ainda as limitações deste estudo, como a inclusão somente de empresas associadas à ABETA e a subjetividade na análise, sugerem-se, tanto a replicação desta pesquisa, com a utilização de outras bases, metodologias, enfoques e contextos de análise, como novos estudos que

envolvam estas temáticas. Novas pesquisas sobre o assunto podem contribuir com outras reflexões, aprofundando as discussões aqui lançadas.

## REFERÊNCIAS

ALVES, C. A.; DUARTE, E. N. A relação entre a ciência da informação e a ciência da administração. **TransInformação**, Campinas, n. 27, v. 1, p. 37-46, jan./abr. 2015. Disponível em: <<https://dx.doi.org/10.1590/0103-37862015000100004>>. Acesso em: 16 jul. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA (ABETA). **Associados**. 2015. Disponível em: <[www.abeta.tur.br/index.php/explore-menu/conheca-os-associados](http://www.abeta.tur.br/index.php/explore-menu/conheca-os-associados)>. Acesso em: 31 jul. 2015.

BARBOSA, F. S. **Esporte de aventura, na natureza, para a terceira idade, uma nova forma de lazer**. 2004. 80f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2004.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROCAS, R. **A trans(formação) do turismo no município de Brotas, SP: a relação entre o morador e o turista**. 2005. 100f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

BASSETTO, B. J. Gestão do conhecimento como diferencial competitivo nas organizações. **Revista eletrônica administração: gestão e tecnologias**, São Manuel, v. 1, n. 1, p. 1-17, 2011. Disponível em: <<https://www.uninove.br/marketing/sites/publicacaoofmr/pdf/adm/AOADM05A.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2015.

BETTI, M. Esporte, entretenimento e mídias: implicações para uma política de esporte e lazer. **Impulso**, Piracicaba, v. 16, n. 39, p. 83-89, 2005.

BOURRELIER, J.; RYARD, J.; DION, M.; MERIENNE, F.; MANCKOUNDIA, P.; MOUREY, F. Use of a virtual environment to engage motor and postural abilities in elderly subjects with and without mild cognitive impairment (MAAMI Project). **IRBM**, London, v. 37, n. 2, p. 75-80, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.irbm.2016.02.007>>. Acesso em: 04 set. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo de aventura: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em:

<[https://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Aventura\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](https://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> . Acesso em: 16 jul. 2016.

BRUHNS, H. T. No ritmo da aventura: explorando sensações e emoções. *In*: MARINHO, A.; BRUHNS, H. T. (Org.). **Turismo, lazer e natureza**. São Paulo: Manole, 2003. p. 29-52.

CAMPOS, W.; MARTINEZ, A.; SANCHEZ, W.; ESTRADA, H.; CASTRO-SÁNCHEZ, N. A.; MUJICA, D.A. Systematic review of proposals for the social integration of elderly people using ambient intelligence and social networking sites. **Cognitive Computation**, Gewerbestrasse, v. 8, n. 3, p. 529-542, 2016. Disponível em: <<https://dx.doi.org/10.1007/s12559-016-9382-z>>. Acesso em: 04 set. 2016.

CHAO, C. H. N.; FIGUEIREDO, J. P.; DIAS, V. K.; FONSECA, C. B.; OLIVEIRA SOBRINHO, I. I.; TAVARES, G. H.; SCHWARTZ, G. M. Atividades de aventura na natureza e desenvolvimento do comportamento pró-ambiental: análise comparativa entre idosos e condutores. **Movimento**, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 169-180, jan./mar. de 2015. Disponível em: <[www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/download/46491/33339](http://www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/download/46491/33339)>. Acesso em: 20 set. 2015.

DETLOR, B. Information management. **International Journal of Information Management**, London, v. 30, n. 2, p. 103-108, 2010. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401209001510>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

DIAS, V. K. **A participação de idosos em atividades de aventura na natureza no âmbito do lazer: valores e significados**. 2006. 119f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Motricidade) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2006. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ci/v31n2/12910.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

FEDERAÇÃO DE ESPORTES DE MONTANHA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Quem somos**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://www.femerj.org/quem-somos/femerj/>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

FIGUEIREDO, J. P. Atividades de aventura e formação profissional: aspectos acadêmicos e de mercado de trabalho. *In*: PEREIRA, E. A.; SCHWARTZ, G. M.; FREITAS, G. S.; TEIXEIRA, J. C. Esportes e Turismo: parceiros na sustentabilidade nas atividades de aventura. Pelotas: UFPel, 2012. p. 115-128.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FREIRE, G. R. D. A.; LIMA, K.; SILVA, L. A. C.; ANDRADE, R. L. O.; SILVA E. F. Gestão da informação e do conhecimento, segurança da informação e normalização: diferentes perspectivas para unidades de informação. **Múltiplos olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, 2013. Disponível em: <<https://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/2108/1308>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Primeiros resultados definitivos do Censo 2010**: população do Brasil é 190.755.799 pessoas. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1966&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1966&id_pagina=1)>. Acesso em: 10 set. 2015.

LAM, J.; LEE, M. Bridging the digital divide: the roles of internet self-efficacy towards learning computer and the internet among elderly in Hong Kong, China. HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 38, 2005, Hawaií. **Proceedings**...Hawaií: [S. n.], 2005.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Gerenciamento de sistemas de informação**. Tradução Luciana do Amaral Teixeira. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2010.

MACHADO, A. L. M. Políticas públicas para o turismo de Aventura: a experiência do Estado do Rio Grande do Sul. In: PEREIRA, E. A.; SCHWARTZ, G. M.; FREITAS, G. S.; TEIXEIRA, J. C. Esportes e Turismo: parceiros na sustentabilidade nas atividades de aventura. Pelotas: UFPel, 2012. p. 21-34.

MARCHIORI, P. Z. A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 72-79, maio/ago. 2002.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação dos dados. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARINHO, A. Lazer, Aventura e Risco: reflexões sobre atividades realizadas na natureza. **Movimento**, Porto Alegre, v. 14, n. 02, p. 181-206, maio/ago. 2008. Disponível em: <<https://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/5756/3364>>. Acesso em: 29 ago. 2015.

MATTOS, M. G.; ROSSETTO JÚNIOR, A. J.; BLECHER, S. **Metodologia da pesquisa em educação física**: construindo sua monografia, artigos e projetos. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Phorte, 2008.

MCLEAN, A. Ethical frontiers of ICT and older users: cultural, pragmatic and ethical issues. **Ethics and Information Technology**, Dordrecht, v. 13, p. 313-326, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/008203x445420048/about/>>. Acesso em: 25 set. 2015.

MENDONÇA, S. N. T. G.; TEIXEIRA, E. Ampliando a compreensão do processo de vida do idoso e de suas necessidades. **Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano**, São Paulo, v.12, n. 2, 2002. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/jhgd/article/view/39696/42555>>. Acesso em: 25 jun. 2015.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 13. ed. São Paulo: Hucitec, 2013.

NIELSEN, J.; TAHIR, M. **Homepage: usabilidade - 50 websites desconstruídos**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

OLIVEIRA, S. G. **Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto do lazer**. 2012. 56 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Educação Física) - Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2012. Disponível em: <<https://hdl.handle.net/11449/120318>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

O'BRIEN, J. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet**. São Paulo: Saraiva, 2010.

O'CONNOR, P. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ORDONEZ, T. N.; YASSUDA, M. S.; CACHIONI, M. Elderly online: Effects of a digital inclusion program in cognitive performance. **Archives of Gerontology and Geriatrics**, [S.l.], v. 53, n. 2, p. 216-219, 2011. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167494310002852>>. Acesso em: 03 set. 2015.

PEQUENO, M. A. A. **Inclusão digital na terceira idade**. 2010. Dissertação (Mestrado em Educação) - Escola Superior de Educação, Centro Português de Investigação em História e Trabalho Social, Lisboa, 2010.

PEREIRA, D. W.; TAVARES, J. T.; SUZUKI, F. S. Slackline: saúde, aventura e emoção para os idosos. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 19, n. 2, p. 328-338, 2016. Disponível em: < <http://www.revistas.ufg.br/fef/article/download/36034/pdf>>. Acesso em: 03 set. 2016.

PIRES, N. M. S. **Necessidades informacionais da pessoa idosa: estudo no contexto da Universidade Aberta à Terceira Idade da UNEB**. 2015. 153f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Instituto de Informação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: < <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/19199>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

PORÉM, M. E.; SANTOS, V. C. B.; BELLUZZO, R. C. B. Vantagem competitiva nas empresas contemporâneas: a informação e a inteligência competitiva na tomada de decisões estratégicas. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.27, p. 183-199, dez. 2012. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/22959/23493>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2008.

RUDZEWICZ, L.; CERETTA, C. C. Turismo de aventura, atividades de aventura e sustentabilidade: diálogos da contemporaneidade. In: PEREIRA, E. A.; SCHWARTZ, G. M.; FREITAS, G. S.; TEIXEIRA, J. C. Esportes e Turismo: parceiros na sustentabilidade nas atividades de aventura. Pelotas: UFPel, 2012. p. 165-179.

SANTIAGO, D. R. P. **Inclusão digital: estratégias de co-participação de idosos no lazer virtual**. 2011. 109f. Tese (Doutorado em Ciências da Motricidade) - Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Campus de Rio Claro, 2011. Disponível em: <[http://base.repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104675/santiago\\_drp\\_dr\\_rcla.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://base.repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104675/santiago_drp_dr_rcla.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 19 ago. 2015.

\_\_\_\_\_.; SCHWARTZ, G. M.; KAWAGUTI, C. N. **Inclusão digital: estratégias de coparticipação de idosos no lazer virtual**. Curitiba: CRV, 2015.

SCHWARTZ, G.M.; FIGUEIREDO, J. P.; PEREIRA, L. M.; CHRISTOFOLETTI, D. A.; DIAS, V. K. Preconceito e esportes de aventura: a (não) presença feminina. **Motricidade**, Santa Maria da Feira, v. 9, n. 1, p. 57-68, mar. 2013. ISSN 2182-2972. Disponível em: <[https://dx.doi.org/10.6063/motricidade.9\(1\).2463](https://dx.doi.org/10.6063/motricidade.9(1).2463)>. Acesso em: 25 set. 2016.

SERPA, A. B. B. **Acessibilidade para pessoas com deficiência e inclusão social no Turismo: a experiência da cidade de Socorro – SP**. 2007. 112f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília. Disponível em: <[https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/19088/1/2009\\_AnaBeatrizBorgesSerpa.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/19088/1/2009_AnaBeatrizBorgesSerpa.pdf)>. Acesso em: 15 jul. 2016.

SILVA, M. L.; PERINOTTO, A. R. C. A imagem do destino turístico como ferramenta de diferenciação e promoção do Turismo: caso de Barra Grande/PI – Brasil. **Revista de Turismo Y Patrimônio Cultural**, Santa Cruz de Tenerife, v. 14, n. 2, p. 417-431, 2016. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org/articulos/download/file?fid=57.911>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

SILVA, G. G. L.; TELES, R. M. S. Acessibilidade no Ecoturismo e Turismo de Aventura: atuação do poder público e privado. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.7, n.2, maio/jul 2014, pp.269-289. Disponível em: <<https://sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/640/680>>. Acesso em: 25 jul. 2016.

TELLES, S. C. C.; REIS, R. M.; ALVES JÚNIOR, E. D.; MOURÃO, L. Elementos sobre a configuração do campo das atividades físicas para idosos no Brasil. **Licere**, Belo Horizonte, v. 18, n. 2, p. 154-192, jun. 2015. Disponível em: 15 jul. 2016. <<http://seer.ufmg.br/index.php/licere/article/viewFile/1048/757>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

TEODORO, A. P. E. G. **Base de dados online na disseminação sobre lazer de idosos**. 2011. 138f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, dez. 2011. Disponível em: <[repositorio.unesp.br/handle/11449/99067](http://repositorio.unesp.br/handle/11449/99067)>. Acesso em: 10 jun. 2016.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. Tradução de Denise Regina de Sales, Márcia dos Santos Dornelles. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

#### **Endereço das Autoras:**

Viviane Kawano Dias  
Rua 14, nº 2245, centro  
Jales – SP – 15.700-086  
Endereço Eletrônico: [vivikdias@yahoo.com.br](mailto:vivikdias@yahoo.com.br)

Gisele Maria Schwartz  
Universidade Estadual Paulista – campus de Rio Claro/SP  
Instituto de Biociências, Departamento de Educação Física  
AV. 24 A, nº 1515, Bela Vista,  
Rio Claro – SP – 13.506-900  
Endereço Eletrônico: [schwartz@rc.unesp.br](mailto:schwartz@rc.unesp.br)